

2017年中国网民针对微信 小程序使用与开发状况 调查报告

(内部精简版)



研究方法

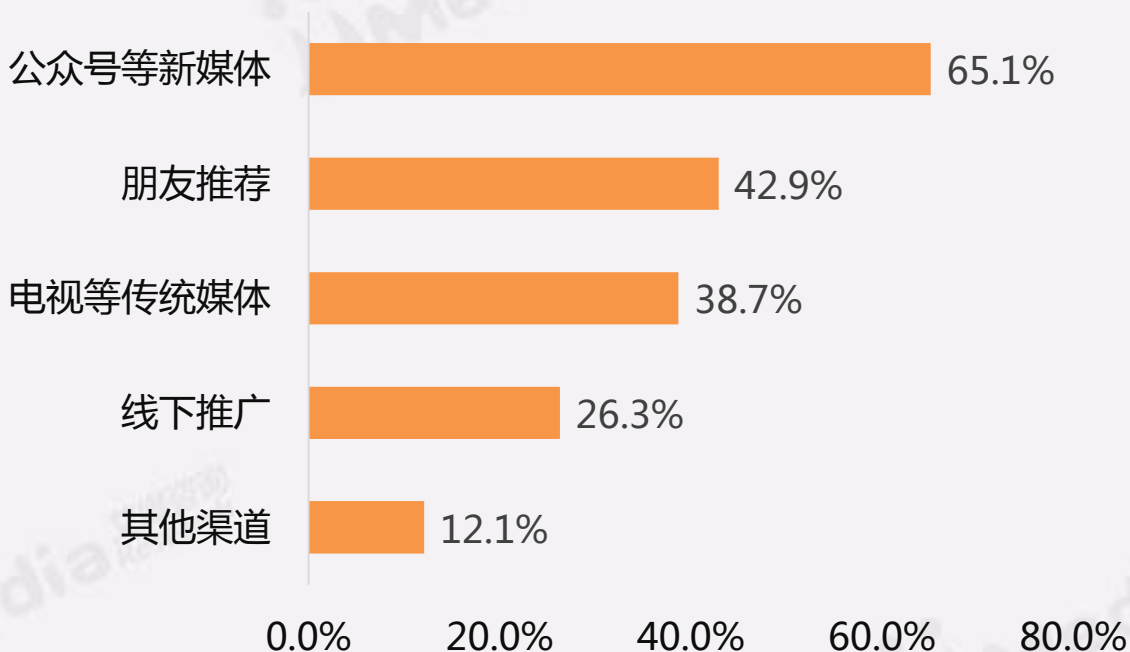
本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与微信小程序用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

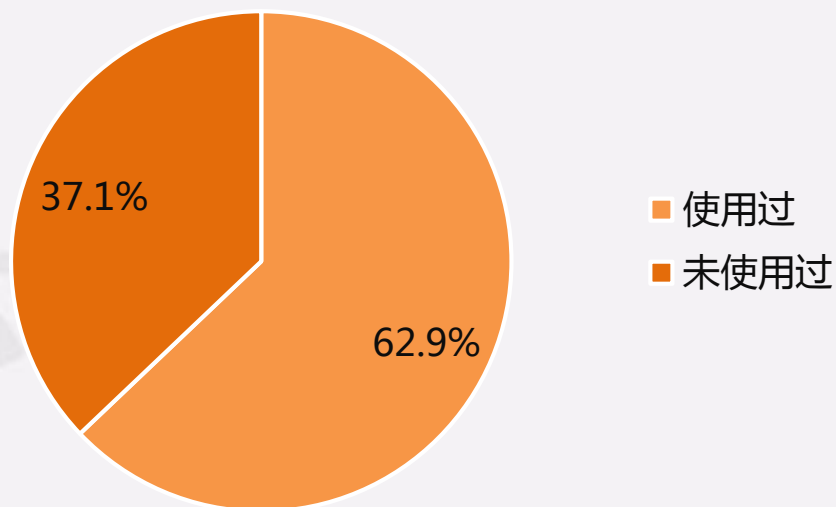
新媒体成为网民了解小程序主要渠道

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 公众号等新媒体是网民熟知微信小程序的主要渠道, 其占比为65.1%, 朋友推荐、电视报纸等传统媒体也是微信小程序的主要传播方式之一, 其占比分别为42.9%和38.7%。微信小程序用户在手机网民中的覆盖率达到62.9%, 整体来看, 小程序的实用性与使用场景有待扩充。

2017年中国手机网民了解微信小程序 主要渠道分布



2017年中国微信小程序产品覆盖率调查

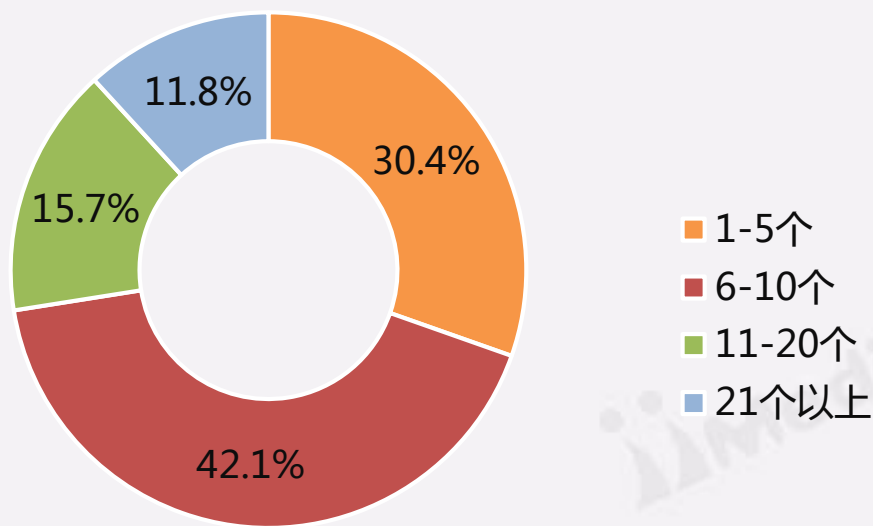


超六成微信小程序用户选择回归APP

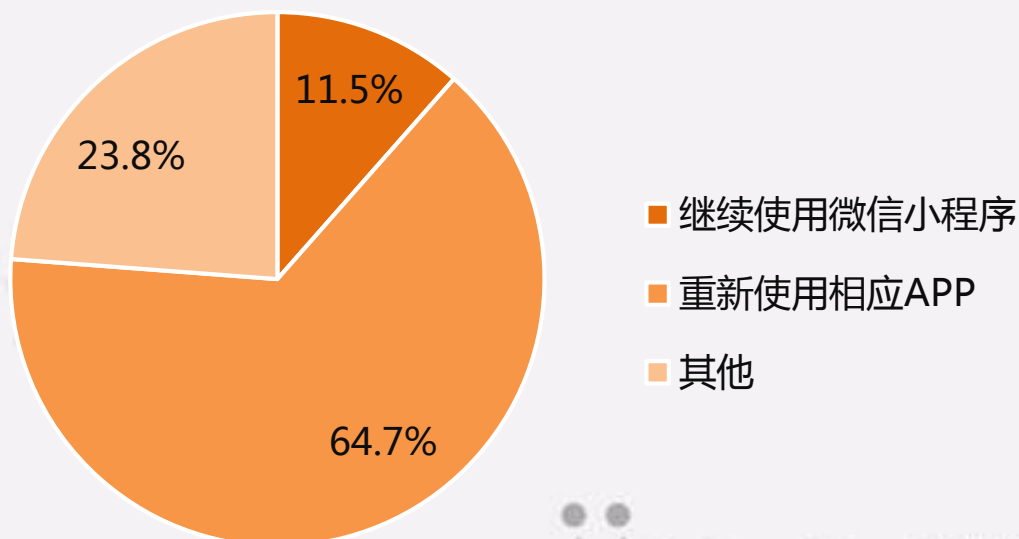
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 超过七成微信小程序用户添加小程序个数在10个以内。64.7%微信小程序用户在体验小程序后, 选择回归到原有的手机APP中, 继续支持小程序的用户占比仅为11.5%。

艾媒咨询分析师认为, 自2017年1月9日, 张小龙宣布正式上线微信小程序以来, 用户对其期望较高, 但由于小程序没有集中入口、无法关联搜索等限制, 导致微信小程序用户在流程体验上略显失望。是否继续使用微信小程序来推广产品, 对于开发商来说, 是一个艰难的决定, 未来微信小程序在场景适配方面可以有更好的产品变革。

2017年中国微信小程序用户添加小程序个数分布



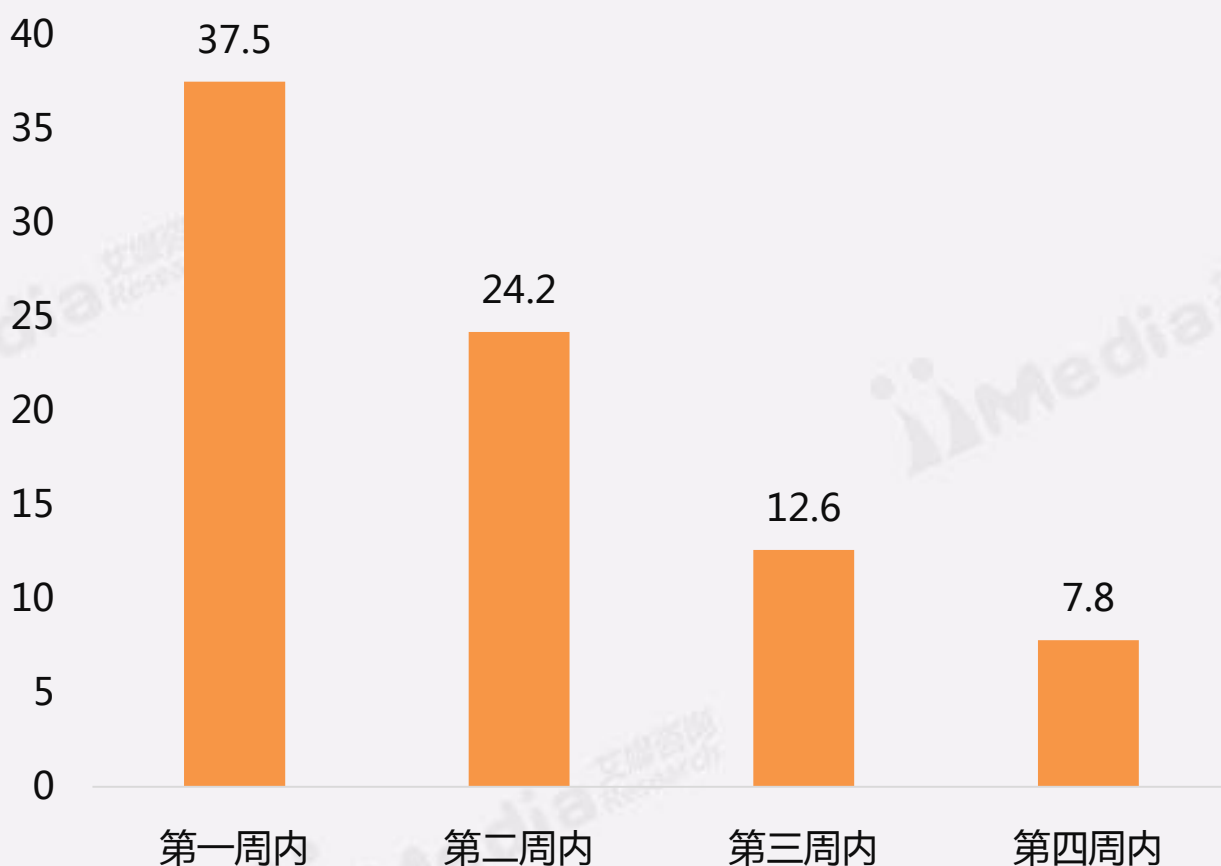
2017年中国微信小程序用户体验后行为分布



微信小程序用户活跃度低 粘性较差

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 微信小程序用户在第一周内平均使用次数为37.5次, 为用户使用频次最高的时间段, 之后三周内, 用户平均使用频次依次锐减为24.2次、12.6次、7.8次。艾媒咨询分析师认为, 相比于手机APP, 微信小程序作为一款轻应用, 虽然可以明显节省手机内存空间, 但是由于其内容属性注重集约化、非个性化, 导致用户活跃度和用户粘性普遍较低, 在初期“尝鲜”后, 转而追求整体体验效果更加的APP。

2017年中国微信小程序用户平均使用频次调查



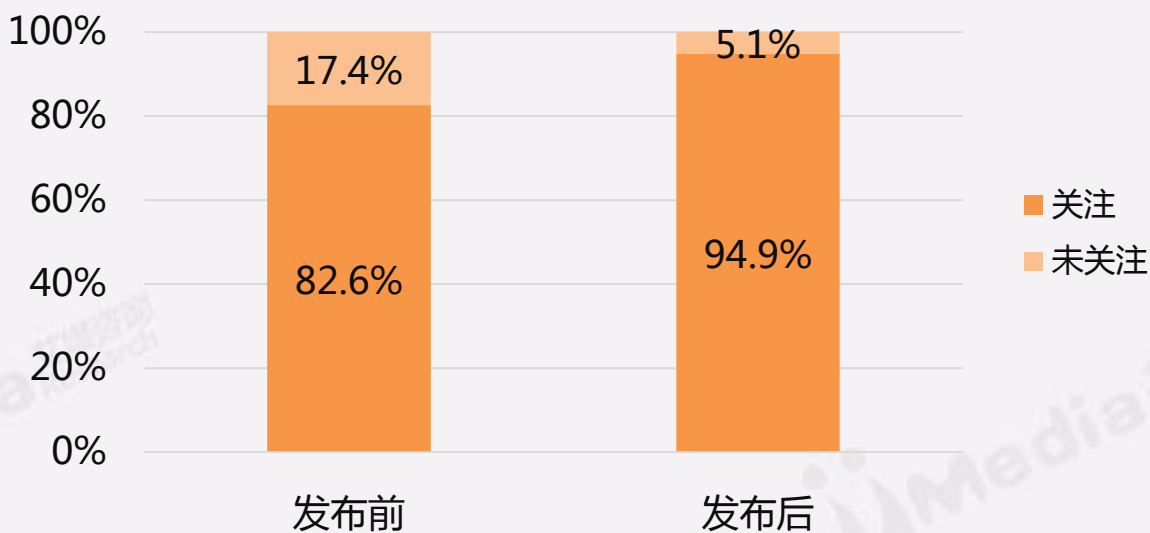
注：统计周期为一个月，即：2017年1月9日-2017年2月9日。

超七成开发者意在放弃小程序

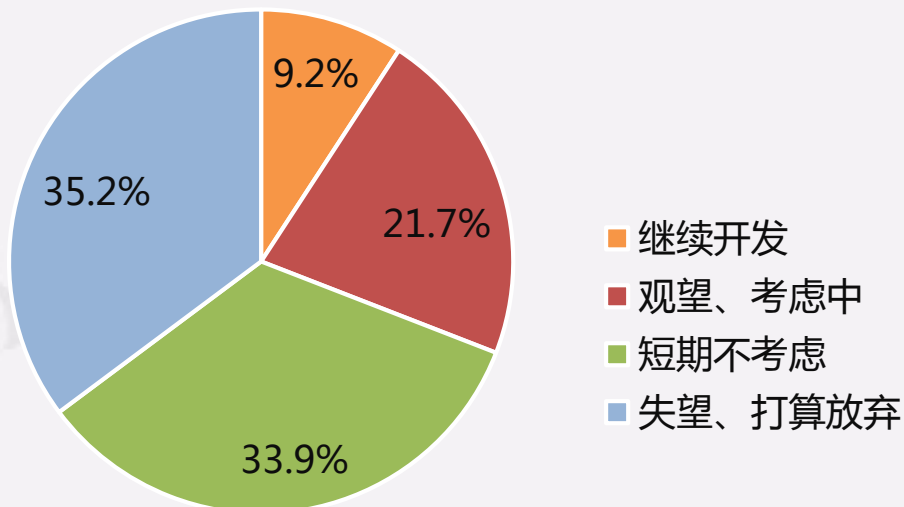
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 微信小程序发布一个月后, 应用开发者关注度明显提升至94.9%, 而选择继续开发小程序的应用开发者仅占到9.2%, 更有35.2%应用开发者对小程序感到失望、意在放弃。

艾媒咨询分析师认为, 总体上, 由于微信小程序目前可实现的产品功能、产品形态、应用场景以及对于原有产品的匹配互补、开放程度等方面, 与开发者期待的相距较远, 超七成的受访开发者出现了落差, 感觉不到希望, 表现出搁浅和放弃的态度。

2017年中国微信小程序发布前后应用开发者关注度分布



2017年中国应用开发者针对小程序态度分布

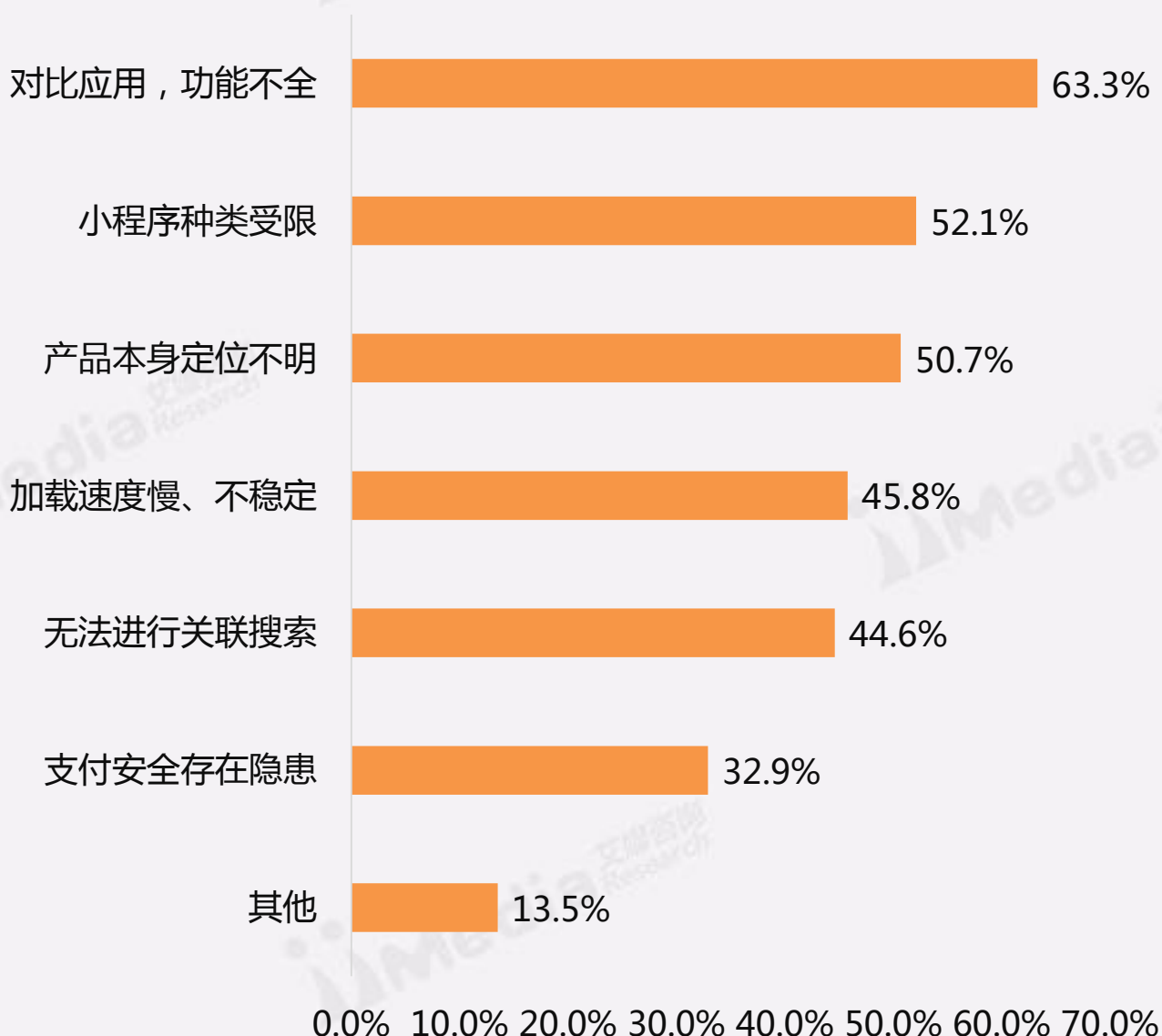


微信小程序打造新型O2O生态受阻

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 63.3%用户因微信小程序自身功能不全而影响使用, 52.1%用户认为小程序种类受限, 此外, 加载速度慢、无法关联搜索等因素也成为用户吐槽点。

艾媒咨询分析师认为, 微信小程序自推出以来, 在线上产品与线下服务结合方面还未达到完美衔接, 导致线上服务无法实现线下推广, 线下需求无法得到线上满足, 新的触达场景建立受阻, 未来腾讯在打造O2O生态模式、强化用户入口方面还存在拓展空间。

2017年中国微信小程序主要存在问题分布





北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构